

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญ และความเป็นมาของการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนอันเป็นความจำเป็นอย่างหนึ่งต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและประเทศ ซึ่งประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างมาก สำหรับสถิติการท่องเที่ยวในภาพรวมของปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 14,464,228 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ร้อยละ 4.65 และสร้างรายได้เงินตราเข้าประเทศ 547,781.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ร้อยละ 13.57 (ประชาชาติ. 2551) ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ รวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบท ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ รายรับที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมายังไทยมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในยามที่การส่งออกสินค้าของไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลงมากตามเศรษฐกิจโลก (ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2552) อย่างไรก็ตาม การปิดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมืองส่งผลโดยตรงต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยอย่างมากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เนื่องจากเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของไทย ซึ่งปกติจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้าออกสนามบินสุวรรณภูมิเฉลี่ยวันละ 70,000 - 100,000 คน และจากความเสียหายต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการปิดสนามบินนั้น รัฐบาลต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวภายหลังเมื่อสนามบินเปิดให้บริการตามปกติ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย นอกจากนี้ จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลต่อรายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศด้วยเช่นกัน ดังนั้น การพัฒนาส่งเสริมประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้ต่อคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมากมายและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้วย มรดกโลก (World Heritage) นับว่ามีคุณค่าต่อมวลมนุษยชนและการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง มรดกโลกด้านวัฒนธรรมย่อมแสดงออกถึงภูมิปัญญาของกลุ่มชนรวมทั้งความสามารถของกลุ่มชนนั้นๆที่สามารถอนุรักษ์ไว้จนตราบเท่าทุกวันนี้ การประกาศยกย่องให้เป็นมรดกโลกนั้น ถือได้ว่าเป็นเกียรติอันน่าภาคภูมิใจของคนไทยเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ มรดกโลกยังมีความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง มนุษย์ย่อมมีความปรารถนาที่จะสัมผัสกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่งดงาม และมีความโดดเด่นในระดับโลก “มรดกโลก” ซึ่งเปรียบเสมือน “ยี่ห้อ” หรือ “Brand” ชื่อดังที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ให้กับ

ชาวโลกได้รับรู้ด้วย ดังนั้น “มรดกโลก” จึงเป็นสิ่งล้ำค่าที่ทุกคนต้องหวงแหนไว้เพื่อแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของตน

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ได้รับเกียรติให้ลงทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ภายใต้ชื่อว่า "เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร" (Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns) แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก 1 ใน 5 ของประเทศไทย เนื่องจากมีความงดงามทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เป็นตัวแทนของศิลปกรรมสยามยุคแรก และเป็นต้นกำเนิดการสร้างประเทศ บริเวณภาคเหนือตอนบนเป็นแหล่งอารยธรรมล้านนา แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์ของคนไทย และเป็นประจักษ์พยานถึงความรุ่งเรืองของอารยธรรมในอดีต และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ชาวเหนือส่วนใหญ่ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีล้านนาและได้รับการกล่าวขานว่าเป็นเมืองคนงาม ประชาชนมีอัธยาศัยอ่อนโยนโอบอ้อมอารี

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวารจะเป็นมรดกโลกแต่จำนวนนักท่องเที่ยวยังมีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งการสำรวจทางสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างเดือนตุลาคม 2548 - กันยายน 2549 พบว่า อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 457,000 คน ขณะที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพียงประมาณ 1 ใน 3 ของสุโขทัยเท่านั้น นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการเยี่ยมชมอุทยานทั้งสามโดยเฉลี่ยประมาณ 1-3 ชั่วโมง และส่วนใหญ่จะไม่เยี่ยมชมมรดกโลกแห่งนี้ครบทั้งสามอุทยาน เหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจ ความตระหนักของนักท่องเที่ยวต่อมรดกโลกแห่งนี้ ซึ่งนักท่องเที่ยวบางส่วนยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องว่าอุทยานประวัติศาสตร์ทั้งสามแห่งนี้มีความคล้ายคลึงกัน ด้วยเหตุนี้องค์การยูเนสโกจึงร่วมมือกับกรมศิลปากรในการดำเนินโครงการเพื่อจัดทำแผนสื่อความหมายเพื่อนำเสนอความเชื่อมโยงระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ทั้งสามในฐานะที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกร่วมกัน ซึ่งการที่ประชาสัมพันธ์อุทยานประวัติศาสตร์ทั้งสามแห่งร่วมกันเสมือนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หนึ่งเดียวนั้นจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะใช้เวลาในอุทยานและในจังหวัดมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นให้ดีขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร นับเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของคนไทยทุกคน และเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าร่วมกันของมวลมนุษยชาติ ซึ่งการสร้างชื่อเสียงจากความเป็นมรดกโลก หรือเป็นตราสินค้า (Brand) ของแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาคุณค่าและความคุ้มค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกของประเทศไทยแห่งนี้ ด้วยการสร้างให้เกิดความคุ้มค่าจากการรับรู้ในทรศนะของลูกค้า ความคุ้มค่า และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร อันจะนำไปสู่การสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย และช่วยสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสุโขทัยและกำแพงเพชร สร้างรายได้ให้กับประชาชนและชุมชนโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
4. เพื่อศึกษาความรู้สึกรู้สึกต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
5. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
6. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
7. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแผนสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย และกำแพงเพชรในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดโดยใช้ตราสินค้า “มรดกโลก” เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อันจะนำรายได้เข้าสู่จังหวัดต่อไป

หน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จังหวัดสุโขทัย และกำแพงเพชร จะได้นำแนวทางการสร้างคุณค่าตราสินค้าและความคุ้มค่าในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกของจังหวัด เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การตลาดหรือการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะได้นำข้อมูลแนวทางการสร้างคุณค่าตราสินค้าและความคุ้มค่าในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร เพื่อใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยและกำแพงเพชร
3. ภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะได้วางแผนการตลาดโดยใช้ตราสินค้า “มรดกโลก” เป็นปัจจัยในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้รับรู้ถึงคุณค่าของการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร

ขอบเขตของโครงการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้มีขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย (Research Content) โดยจะครอบคลุมถึงความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยว (Awareness) การรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (Cognitive Image) ความรู้สึกต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (Affective Image) การรับรู้ต่อคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว (Perceived Value) ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (Satisfaction) และพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Behavioral) เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางและพักค้างแรมในจังหวัดสุโขทัย และกำแพงเพชร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 242,451 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2552)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

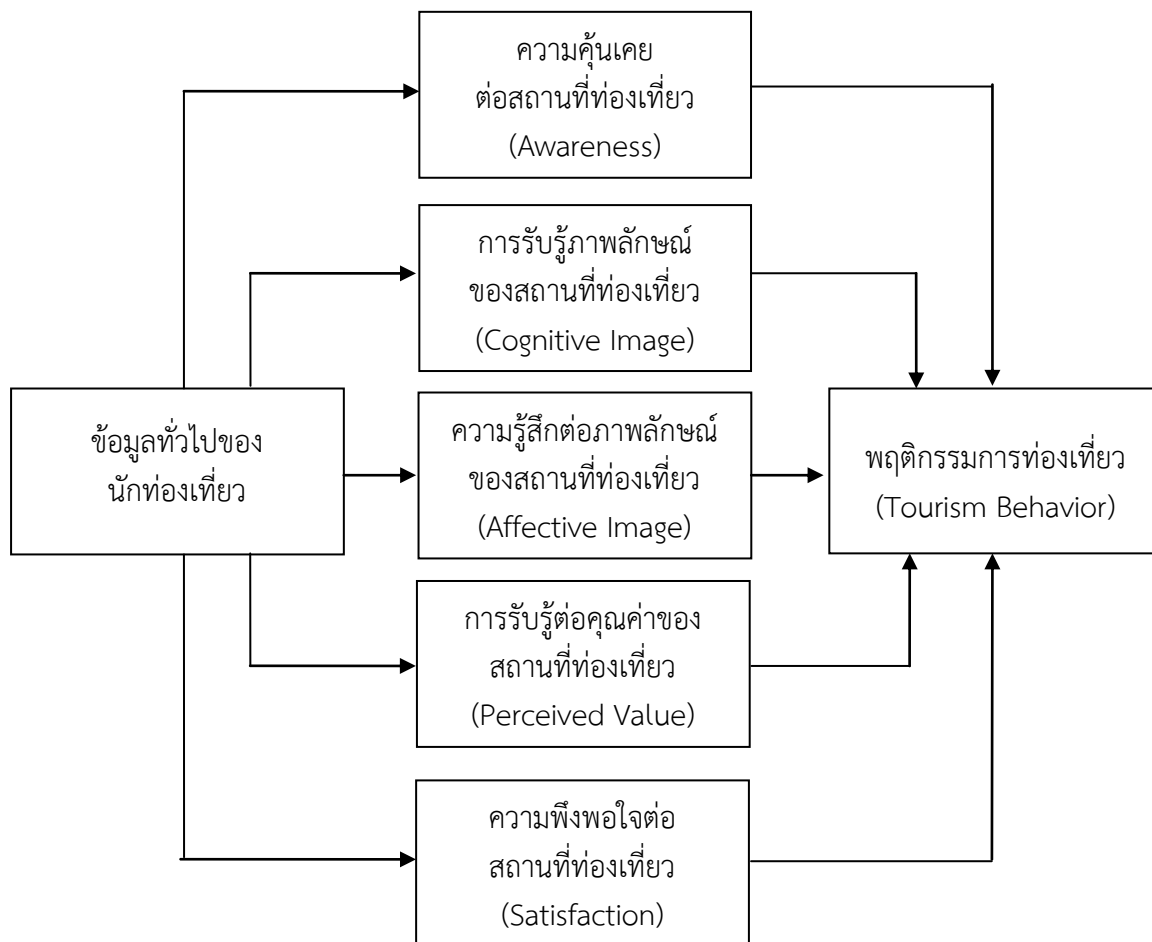
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางและพักค้างแรมในจังหวัดสุโขทัย และกำแพงเพชร เนื่องจากทราบจำนวนประชากร จึงใช้การคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรกรณีทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บจำนวนตัวอย่าง ผู้วิจัยได้สำรองขนาดกลุ่มตัวอย่าง 20 คน รวมขนาดตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 420 คน

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportion Sampling) โดยกำหนดสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละพื้นที่ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ให้ได้จำนวนตัวอย่างครบตามที่กำหนดไว้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส
2. **ตัวแปรตาม** ได้แก่ ความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ความรู้สึกต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ต่อคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีความรู้สึกต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน
6. คุณค่าและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว